

## Crecimiento de las ventas del 8% en el T3 2023

Madrid, 25 de octubre de 2023: Invibes Advertising (Invibes), empresa de tecnología avanzada especializada en publicidad digital, ha publicado sus cifras de ventas correspondientes al tercer trimestre de 2023 y a los nueve primeros meses de 2023.

Cifras consolidadas no auditadas, en miles de EUR	2023	2022	Δ
T1	5419	5766	-6%
T2	7023	7501	-6%
T3	5985	5523	+8%
<b>TOTAL 9 meses</b>	<b>18427</b>	<b>18790</b>	<b>-2%</b>

En el tercer trimestre de 2023, Invibes registró unas ventas consolidadas de 6,0 millones de euros, un 8% más que en el mismo periodo de 2022. Gracias a este crecimiento renovado durante el trimestre, las ventas acumuladas durante los 9 primeros meses de 2023 registraron un descenso limitado del 2%, hasta 18,4 millones de euros.

Tras una ralentización general del sector de la publicidad digital desde el segundo semestre de 2022 en toda Europa, el mercado ha recuperado gradualmente su vigor en los últimos meses, lo que ha permitido a Invibes anunciar este retorno del crecimiento.

La capacidad de Invibes para recuperarse en cuanto reaparecen unas condiciones de mercado favorables refleja su propuesta de valor única, caracterizada por su plataforma tecnológica propia totalmente integrada, que ofrece un importante punto de diferenciación en el ecosistema que ha garantizado su constante capacidad de innovación que atrae a las principales marcas del mundo.

Durante este periodo, Invibes también se benefició de un aumento de los Servicios y Soluciones, que se adaptan a las necesidades específicas del sector de actividad de los anunciantes. La contribución de estas ofertas supuso hasta un 15% de las ventas en septiembre, y un aumento del margen bruto de 5 puntos en los 9 primeros meses de 2023, lo que representa un crecimiento global del 10,5% en el periodo. Estos resultados demuestran la continua capacidad de Invibes para rentabilizar sus innovaciones, una tendencia que debería continuar en los próximos meses.

### Muchos anunciantes han adoptado la etiqueta de Neutralidad de carbono de Invibes desde su lanzamiento a principios de 2023.

Desde principios de 2023, Invibes ofrece a sus clientes una campaña 100% neutra en emisiones de carbono, lo que refleja el deseo de la empresa de desarrollar una forma de publicidad más responsable y transformar radicalmente las prácticas de la industria publicitaria. Para compensar la huella de carbono de sus campañas y lograr la neutralidad de carbono, Invibes invierte en proyectos con certificación Gold Standard para instalar paneles solares, lo que garantiza a sus clientes una actuación verdaderamente sostenible y responsable.

Única en el mercado, y reflejo de la capacidad de Invibes para innovar constantemente en su sector, esta alternativa ha sido muy bien recibida por los grandes distribuidores, ya que permite al anunciante subrayar sus compromisos en materia de RSC y responder a la elevada expectativa de los consumidores, cada vez más preocupados por el medio ambiente.

Banque des Territoires (Grupo Caisse des Dépôts) inauguró esta solución en primavera con una campaña de "Publicidad neutra en carbono" que incorpora siete formatos *in-feed*, entre ellos cinco de vídeo, para cautivar y crear un vínculo con sus socios al tiempo que cuenta la historia de su papel y su acción en la transformación ecológica.

En el tercer trimestre de 2023, nuevos anunciantes han adoptado esta etiqueta para sus campañas, entre ellos: ENGIE, Neste, National Trust Scotland, Polestar, Cofidis, The Very Group, Zespri, MUSE, etc.

Invibes señala que las emisiones de carbono de sus campañas se encuentran entre las más bajas del sector publicitario, con 26,1 g de CO2 emitidos por cada 1.000 impresiones, un 96% menos que la media del sector.

## Más innovación y lanzamiento de soluciones únicas de segmentación inteligente

En el tercer trimestre de 2023, Invibes continuó diferenciándose de sus competidores al seguir integrando Servicios y Soluciones tecnológicas adaptadas a los sectores de actividad de los anunciantes, y cada vez más nuevas soluciones de segmentación inteligente basadas en macrodatos y formatos *in-feed* innovadores y de gran impacto.

Para mantener un elevado nivel de compromiso de los usuarios, Invibes innova constantemente para desarrollar soluciones que combinan la segmentación contextual y conductual para ofrecer a sus clientes campañas más eficaces con el fin de aportarles más valor. Este enfoque multidimensional garantiza que sus clientes lleguen a las personas adecuadas, con las creatividades publicitarias correctas, en el entorno pertinente y en el momento oportuno, de la forma más eficaz posible.

Entre las soluciones interactivas lanzadas durante el trimestre destacan:

- **Drive-to-Dealership:** esta solución mejora el impacto de las campañas nacionales ofreciendo mensajes y creatividades de interés local, como la dirección de la tienda más cercana, la disponibilidad de existencias locales y la función Invibes Call, que permite a los usuarios llamar a su tienda local directamente desde el anuncio. Volkswagen ha utilizado esta solución en el marco de una campaña de publicidad *online* para promocionar su nueva gama de vehículos eléctricos VW ID, dirigida a más de 100 concesionarios de la empresa.
- **Eyewear:** esta solución se dirige y conecta con los usuarios que podrían necesitar gafas. A partir del análisis de los patrones conductuales de los usuarios de la red Invibes ID Network, Invibes es capaz de detectar a los usuarios activos que hacen zoom con frecuencia mientras leen contenidos *online*, lo que indica una probable necesidad de productos y servicios que mejoren la visión. Specsavers, una cadena multinacional británica de ópticas, se sintió atraída por esta nueva solución, y la utilizó en combinación con una solución Drive-to-Dealership, lo que permitió a la cadena aumentar el tráfico de personas a la tienda.

## **Perspectivas: Confirmación del regreso a un EBITDA positivo en 2023**

Con un primer semestre marcado por el regreso a un EBITDA positivo, al beneficiarse del efecto de las medidas de reducción de costes aplicadas por el Grupo a finales de 2022, junto con la solidez del crecimiento restablecido en el T3, Invibes reafirma su confianza en su objetivo de alcanzar un EBITDA positivo para el ejercicio 2023 completo.

**Próxima publicación:** Ingresos para todo el año 2023 el 1 de febrero de 2024, tras el cierre del mercado.

### **Acerca de Invibes Advertising**

Invibes Advertising (Invibes) es una empresa tecnológica internacional especializada en innovación publicitaria digital.

Fundada sobre la filosofía de que la eficacia publicitaria pasa por ser realmente innovadores y atractivos para los usuarios, Invibes ha desarrollado una plataforma tecnológica integrada para que las marcas alcancen a los consumidores a través de una publicidad in-feed impactante.

Invibes ofrece publicidad que genera una atención positiva aprovechando el poder del big data, los formatos in-feed innovadores, el amplio alcance y los extensos servicios de inteligencia.

Pionera en publicidad sostenible, Invibes también ofrece una solución única para compensar las emisiones de las campañas a través de su etiqueta Carbon-Neutral.

Para colaborar con algunas de las marcas más importantes del mundo, como Amazon, Bacardi, Dell, IKEA y Toyota, contamos con un gran equipo de personas. En Invibes nos esforzamos por mantener un entorno enérgico y abierto que fomenta una cultura de ideación, crecimiento y #GoodVibes, que se transmite directamente a nuestros clientes.

¿Quieres saber más sobre Invibes? Visite: [www.invibes.com](http://www.invibes.com)

Invibes Advertising cotiza en la bolsa Euronext (Ticker: ALINV - ISIN: BE0974299316)

### **Lea nuestras últimas notas de prensa en:**

<https://www.invibes.com/es/es/investors.html>

### **Manténgase al tanto de las últimas noticias sobre Invibes Advertising en:**

[LinkedIn @Invibes Advertising](#) [X @Invibes\\_adv](#)

### **Contactos financieros y corporativos:**

**Kris Vlaemynck, codirector ejecutivo**

[kris.vlaemynck@invibes.com](mailto:kris.vlaemynck@invibes.com)